

ABSTRAK

Era globalisasi ini, lingkungan bisnis perusahaan yang tidak menentu membuat persaingan menjadi ketat. PT. Wangi Indonesia adalah salah satu perusahaan yang bergerak dibidang *Hygiene Washroom* dan telah berkembang dan mampu bersaing di dunia bisnis *Hyiegence Washroom* sekarang ini. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kondisi lingkungan internal dan eksternal perusahaan dan merumuskan strategi bisnis perusahaan di masa yang akan datang. Metode penelitian yang digunakan penulis adalah metode deskriptif dengan studi kasus. Untuk mengetahui kondisi perusahaan, maka digunakan analisis Matriks IFE, Matriks EFE, Matriks CPM, Matriks Grand Strategi, Matriks IE. Dengan meneliti faktor-faktor internal dan eksternal dalam perusahaan dengan tahap terakhir yaitu menggunakan QSPM.

Kata Kunci : Strategi Bisnis, PT. Wangi Indonesia

ABSTRAK

This era of globalization, corporate business environment of uncertainty makes the competition is becoming tougher. PT. Indonesia is one of the fragrance company engaged in hygiene Washroom and has grown and able to compete in the business world today Hyiegence Washroom. The purpose of this study was to determine the condition of the internal and external environment and formulating business strategy in the future. Research methods used are descriptive case study method. To determine the condition of the company, then used analysis IFE Matrix, EFE Matrix, Matrix CPM, Grand Strategy Matrix, IE Matrix. By examining the factors internal and external to the company that is using QSPM last stage.

Keywords : Business Strategy, PT. Wangi Indonesia